

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Paradigma pembangunan di Indonesia kini lebih berorientasi kepada pengembangan sektor jasa dan industri, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Aktivitas sektor pariwisata telah didukung dan ditanggapi secara positif oleh pemerintah dengan harapan dapat menggantikan sektor migas yang selama ini menjadi peringkat pertama dalam penerimaan devisa Negara sedangkan sektor pariwisata menduduki peringkat kedua (Badan Statistik Pariwisata 2008).

Akomodasi adalah unsur pokok produk industri pariwisata. Akomodasi tidak dapat dipisahkan dari industri pariwisata, tanpa kegiatan keparawisataan, usaha akomodasi akan lumpuh. Sebaliknya pariwisata tanpa sarana akomodasi merupakan suatu hal yang tidak mungkin, oleh sebab itu akomodasi merupakan salah satu sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Suprastructure*).

Salah satu hotel bintang 3 yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan hotel lainnya adalah Hotel Karunia, Hotel Karunia memiliki diferensiasi dibandingkan dengan hotel pesaingnya pada klasifikasi yang sama. Antara lain, lokasinya yang strategis yang terletak di Jalan Kebun Kacang dekat Pasar Tanah Abang yang merupakan jantung kegiatan bisnis di Jakarta, Hotel ini merupakan salah satu hotel yang sangat strategis dan juga memiliki harga sewa yang murah. Hotel Karunia juga mempunyai program *green marketing* yang unggul sebagai bukti menjadi salah satu *green hotel* terbaik di Jakarta.

*Green marketing* adalah semua aktivitas yang direncanakan untuk menciptakan dan memfasilitasi semua interaksi yang diniatkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, seperti kepuasan terhadap adanya keinginan dan kebutuhan mereka akan kepedulian lingkungan, dengan efek merusak yang seminimal mungkin terhadap lingkungan (Shamsuddoha, Muhammad, 2004).

Beberapa studi perilaku konsumen berupaya untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen yang berwawasan lingkungan yang berkaitan dengan implikasi pemasaran. Studi-studi tersebut mencoba mengeksplorasi aspek kepedulian lingkungan dan perilaku pembelian yang berwawasan lingkungan. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa terdapat kecenderungan kepedulian lingkungan yang kuat dan konsumen lebih memilih produk-produk yang ramah lingkungan .

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan isu lingkungan dan keberlanjutan telah berkembang pesat di seluruh dunia. Masyarakat semakin menyadari pentingnya menjaga ekosistem bumi dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Pada saat yang sama, industri perhotelan juga semakin sadar akan tanggung jawab mereka terhadap lingkungan dan komunitas sekitar. Hotel-hotel menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial yang berpengaruh pada sektor pariwisata di suatu daerah. Hotel Karunia, sebagai salah satu hotel terkemuka dengan cabang di Tanah Abang, Jakarta, juga menghadapi tuntutan untuk beradaptasi dengan paradigma baru ini.

Kawasan Tanah Abang di Jakarta, sebagai pusat perdagangan terkemuka, menjadi pusat aktivitas komersial dan dinamika urban yang signifikan. Dengan lalu lintas kunjungan yang tinggi, baik dari wisatawan maupun pelaku bisnis, Hotel

Karunia Tanah Abang memiliki peluang unik untuk berperan sebagai pelopor dalam menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan di industri perhotelan. Langkah-langkah yang diambil oleh Hotel Karunia dapat menjadi contoh yang menginspirasi sektor lainnya untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.

Selain itu, penerapan Green Marketing bukan hanya tentang memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin sadar akan lingkungan, tetapi juga dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi bisnis itu sendiri. Dengan mengurangi penggunaan energi dan sumber daya, mengadopsi sistem manajemen limbah yang lebih baik, serta melibatkan komunitas sekitar dalam inisiatif keberlanjutan, Hotel Karunia Tanah Abang dapat meningkatkan citra mereka sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan. Dampak positif ini tidak hanya akan memperkuat loyalitas pelanggan tetapi juga meningkatkan daya saing dan daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman berkelanjutan.

Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, Hotel Karunia Cabang Tanah Abang memiliki peluang yang signifikan untuk menerapkan konsep Green Marketing sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Dengan melakukan ini, mereka dapat memainkan peran penting dalam mendorong kesadaran lingkungan dan menginspirasi perubahan positif dalam perilaku industri perhotelan di Jakarta dan sekitarnya. Selain itu, implementasi konsep Green Marketing tidak hanya bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin sadar akan isu lingkungan, tetapi juga memiliki potensi memberikan manfaat jangka panjang bagi bisnis itu sendiri. Dengan mengurangi konsumsi energi dan sumber daya, mengadopsi sistem manajemen limbah yang lebih efisien, serta melibatkan secara aktif komunitas

sekitar dalam berbagai inisiatif keberlanjutan, Hotel Karunia Cabang Tanah Abang mampu meningkatkan citra mereka sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan memiliki perhatian terhadap lingkungan. Dampak positif ini tidak hanya akan memperkuat loyalitas pelanggan yang ada, melainkan juga akan meningkatkan daya saing serta menarik perhatian para wisatawan yang tengah mencari pengalaman berkelanjutan di industri perhotelan.

### **1.2 Rumusan Masalah**

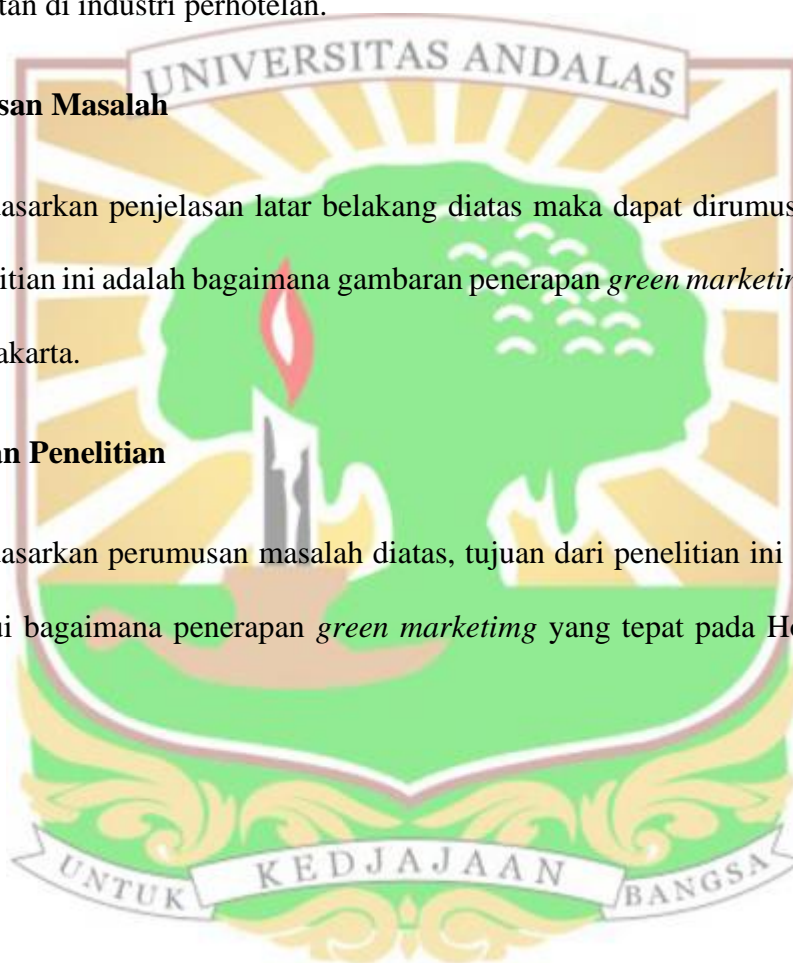
Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana gambaran penerapan *green marketing* pada Hotel Karunia, Jakarta.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *green marketing* yang tepat pada Hotel Karunia, Jakarta.

### **1.4 Manfaat Magang**

Manfaat dari penelitian ini antara lain:





## 1. Manfaat akademis

Secara akademis penelitian ini dilakukan sebagai bentuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata mengenai *green marketing* di Hotel Karunia, Jakarta.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Hotel Karunia Jakarta dalam penerapan *green marketing* yang terdiri dari *green value-addition processes*, *green management systems* dan *green products*. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini sebagai bentuk kepedulian dan contoh yang baik bagi hotel.

### 1.5 Metode Ruang lingkup pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas pada penulisan penelitian ini yaitu berfokus pada penerapan *green marketing* di Hotel Karunia, Jakarta.

### 1.6 Metode Magang

Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi (pengamatan) atau pengambilan data penerapan inovasi bisnis pada perusahaan yaitu dengan pengambilan informasi melalui kegiatan secara spontan pada saat kegiatan magang berlangsung.

### 1.7 Tempat dan Waktu Magang

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Karunia Jakarta pada tahun 2022, yang berada di Jl. Kebon Kacang VI no. 19, Jakarta, selama 40 hari kerja.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode penelitian, tempat dan waktu magang, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

### **BAB II**

#### **LANDASAN TEORI**

Menggambarkan tentang tinjauan pustaka atau segala sesuatu yang akan menjadi landasan teori dalam menyelesaikan laporan magang ini.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Menjelaskan tentang tempat magang pada bagian awal bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan kemudian tentang kegiatan utama yang dilakukan serta visi misi perusahaan. Pada bagian selanjutnya berisi tentang sejarah perusahaan yang dibahas.

### **BAB IV**

#### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang mana bab ini menyajikan fakta yang terjadi di lapangan. Pada bagian ini akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

## **BAB V      PENUTUP**

Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian. Pada bagian ini harus dapat memberikan saran yang baik bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.

